

## **Pelatihan Komunikasi Efektif Pada Agen Asuransi dalam Rangka Meningkatkan Keterampilan Negosiasi**

**Fairuza Arindra<sup>1</sup>, Anisa Rizki Sabrina<sup>2</sup>, Siti Istikhoroh<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Malang

<sup>3</sup>Program Studi Magister Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: [fairuza.arindra.fis@um.ac.id](mailto:fairuza.arindra.fis@um.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

Keterampilan negosiasi menjadi hal pokok bagi pelaku bisnis karena akan sangat berdampak pada keberlanjutan bisnisnya. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa adanya tantangan khusus yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis yang berhubungan dengan jasa, salah satunya adalah bisnis asuransi. Untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang lebih bagus, perusahaan asuransi perlu menerapkan strategi komunikasi efektif yang menitikberatkan pada upaya mempengaruhi orang lain supaya memiliki konsep positif tentang asuransi. kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dititikberatkan pada pelatihan komunikasi efektif untuk menunjang keterampilan bernegosiasi para agen demi terwujudnya kepercayaan konsumen. Pelatihan dan pendampingan ini meliputi aspek penting dalam mengembangkan negosiasi seperti teknik komunikasi persuasif, presentasi efektif, memanfaatkan teknologi dan kemampuan mengelola lawan bicara dengan baik. Hasil dari kegiatan ini adalah pemahaman komprehensif agen tentang komunikasi yang efektif dalam bernegosiasi. Luaran kegiatan ini adalah modul pelatihan yang diberikan kepada mitra.

**Kata Kunci:** Komunikasi efektif, Negosiasi, Asuransi

### **ABSTRACT**

*Negotiation skills are very important for business people because they will have a significant impact on the sustainability of their business. Facts show that there are special challenges that must be faced by business people related to services, one of which is the insurance business. To get better company performance, insurance companies need to implement effective communication strategies that focus on efforts to influence others to have a positive insurance concept. This activity focuses on effective communication training to support the negotiation skills of agents in order to realize consumer trust. This training and mentoring covers important aspects in developing negotiations such as persuasive communication techniques, effective presentations, utilizing technology and the ability to manage interlocutors well. The result of this activity is a comprehensive understanding of agents about effective communication in negotiating. The output of this activity is a training module provided to partners.*

**Keywords:** *Effective Communication, Negotiation, Insurance*

---

## **PENDAHULUAN**

Keterampilan negosiasi menjadi hal pokok bagi pelaku bisnis karena akan sangat berdampak pada keberlanjutan bisnisnya. Dengan keterampilan bernegosiasi yang baik, pelaku bisnis dapat lebih mudah menjalankan perannya dalam membangun hubungan kuat dengan klien, meyakinkan dan meningkatkan daya saing (Amal, 2023). Fakta di lapangan menunjukkan bahwa adanya tantangan khusus yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis yang berhubungan dengan jasa, salah satunya adalah bisnis asuransi.

Asuransi Prudential merupakan pemimpin pasar asuransi terbesar di Indonesia. Besarnya angka pengguna diimbangi dengan tantangan besar yang harus dialami para agen dalam bernegosiasi untuk meyakinkan calon kliennya. Hal ini didasarkan pada pro kontra terhadap perusahaan jasa asuransi pun terjadi. Kelompok kontra mengatakan bahwa konsep bisnis asuransi itu adalah haram karena selalu berfikir negatif dan mendahului kehendak tuhan atau stigma bahwa membayar premi asuransi hanya akan memperkaya agen asuransi. Hal tersebut terkadang diperparah dengan informasi sulitnya mencairkan premi ketika jatuh tempo.

Untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang lebih bagus, perusahaan asuransi baiknya memahami pro kontra masyarakat terhadap perasuransian di Indonesia. Di Indonesia, menjual asuransi dinilai sebagai pekerjaan yang cukup berat mengingat orang pribumi belum mempunyai pengetahuan dan kesadaran yang tinggi akan pentingnya berasuransi. Untuk itu dalam memasarkan produknya, agen sangat memerlukan keahlian komunikasi yang bersifat mempersuasi agar seseorang menjadi tertarik sehingga penjualan dapat berhasil (Lavandria, 2009). Perusahaan asuransi perlu menerapkan strategi komunikasi efektif yang menitikberatkan pada upaya mempengaruhi orang lain supaya memiliki konsep positif tentang asuransi. Dalam ilmu komunikasi, strategi pemasaran yang dimaksud adalah strategi pemasaran yang di dalamnya ada penerapan komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif efektif biasanya dilakukan dalam bersosialisasi seperti pada kelompok kecil. Komunikasi persuasif yakni strategi komunikasi yang menjadikan menggunakan pendekatan bujukan atau rayuan untuk menciptakan pemaknaan yang sama antara komunikator dan komunikan. Metode ini harus dilaksanakan secara luwes, halus, tidak memaksa atau otoriter. Dalam hal ini karyawan pemasar harus mampu melakukan pendekatan *human relation* (hubungan manusiawi) kepada para nasabahnya sehingga tercipta hubungan kerja yang harmonis, saling percaya, terbuka, jujur, saling menghormati, dan saling menghargai. Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Rakhmat, 1998) menyatakan bahwa komunikasi efektif paling tidak menimbulkan lima hal, salah satunya adalah mempengaruhi sikap seseorang.

Menyadari urgensi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dititikberatkan pada pelatihan komunikasi efektif untuk menunjang keterampilan bernegosiasi para agen demi terwujudnya kepercayaan nasabah kepada mereka. Pelatihan dan pendampingan ini meliputi aspek penting dalam mengembangkan negosiasi seperti teknik komunikasi persuasif, presentasi efektif, memanfaatkan komunikasi nonverbal yang tepat, dan kemampuan mengelola lawan bicara dengan baik. Maka dari itu, diharapkan agen asuransi mampu meningkatkan kemampuan komunikasi secara efektif untuk dapat bernegosiasi dengan optimal.

Diharapkan kegiatan ini tidak hanya mampu mengembangkan kepercayaan agen dalam melakukan proses negosiasi, namun juga mengembangkan daya saing mereka sehingga dapat meningkatkan penjualan secara jangka panjang. Dengan demikian,

program pengabdian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi pelaku bisnis asuransi guna menjaga kepercayaan konsumen.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pelatihan Komunikasi Efektif Agen Asuransi dalam Rangka Meningkatkan Keterampilan Negoisiasi” dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan keterampilan negoisiasi secara efektif pada agen asuransi Prudential. Pelaksanaan kegiatan ini dirancang dengan beberapa tahapan, antara lain:

### 1. Persiapan

Tahap ini, seluruh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan koordinasi dengan pihak asuransi Prudential Surabaya untuk menetapkan waktu, ruang dan kebutuhan teknis. Materi pelatihan akan disampaikan melalui presentasi, modul (buku saku), dan video secara komprehensif sesuai dengan relevansi kebutuhan peserta.

### 2. Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan secara sistematis dengan total peserta berjumlah 30 orang agen asuransi menggunakan metode pelatihan sebagai berikut:

- Ceramah, dosen Universitas Negeri Malang dan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memberikan materi tentang konsep dasar komunikasi efektif dalam negoisiasi, strategi komunikasi efektif dan komunikasi persuasif.
- *Forum Group Discussion (FGD)*, selanjutnya dilakukan sesi diskusi dalam kelompok kecil untuk membahas studi kasus nyata berdasarkan berita terkini atau dari pengalaman pribadi agen. Adanya FGD ini bertujuan untuk mendorong partisipasi aktif agen dan pemahaman mendalam.
- *Simulasi /Roleplay*, kegiatan ini dilakukan dengan cara mengaplikasikan teori dan konsep yang telah diberikan. Agen berlatih melakukan presentasi produk dengan pendekatan komunikasi efektif, menangani calon nasabah, dan negoisiasi

### 3. Evaluasi

Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan, maka selanjutnya dilakukan evaluasi guna mengukur tingkat keterampilan dan pemahaman yang diperoleh agen. Evaluasi berbentuk observasi selama kegiatan *roleplay* dan kuesioner yang diberikan pada peserta.

### 4. Tindakan lanjut

Evaluasi dianalisis untuk menentukan efektivitas pelatihan dan strategi manajemen untuk meningkatkan kapabilitas agen. Tim pelaksana memberikan saran dan masukan terkait materi penunjang yang dapat diterapkan oleh pihak manajemen untuk melanjutkan pengembangan kemampuan agen dalam bernegosiasi secara efektif.

## **Kondisi Peserta**

Kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada agen asuransi Prudential di kota Surabaya ini diikuti oleh 25 orang agen. Pada pelatihan tersebut, seluruh agen berpartisipasi dengan kooperatif dan antusiasme yang tinggi sehingga tercemin kesadaran mereka untuk mengimprovisasi keahlian dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Pada acara tersebut juga dihadiri oleh 2 orang agen *leader* yang tidak hanya berperan dalam pendampingan namun sebagai motivator yang memberikan arahan terstruktur pada agen.

Kehadiran leader membantu memastikan bahwa kegiatan pengabdian ini berjalan sebagaimana mestinya.

Secara umum, peserta kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh agen laki-laki dan perempuan dari beragam usia, mulai dari 22 hingga 48 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas agen cukup aktif berpartisipasi dan peduli mengenai perkembangan kemampuan yang dimiliki. Lebih lanjut, antusiasme dan semangat dalam mengembangkan potensi negosiasi juga sangat terlihat dari performa masing-masing peserta. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, agen tidak hanya memperoleh pengalaman namun juga mampu meningkatkan potensi interpersonal mereka, kepercayaan diri, dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif dalam bernegosiasi ditinjau dari karakteristik calon nasabah masing-masing. Pengalaman ini diharapkan mampu membekali agen dalam menghadapi situasi tertentu yang membutuhkan pendekatan khusus pada setiap calon nasabahnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun materi yang disampaikan dalam kegiatan ini meliputi pengenalan dasar komunikasi dalam negosiasi, etika berkomunikasi, teknik menyusun pesan, dan pemanfaatan media teknologi untuk menunjang praktik negosiasi. Pelatihan ini bermaksud agar mampu meningkatkan kompetensi agen saat promosi produk kepada calon nasabah dan mampu menyampaikan pesan dengan tepat, percaya diri dan profesional.

Pertama, tim pelaksana menggunakan metode ceramah untuk memaparkan materi dasar kepada peserta. Pada sesi ini, tim pelaksana menyampaikan materi mengenai konsep dasar komunikasi yang mencakup pentingnya berkomunikasi secara efektif, macam-macam komunikasi, dan pendekatan persuasif dalam negosiasi guna meningkatkan daya jual. Materi tersebut diberikan secara sistematis dan terperinci sehingga agen mampu memahami pentingnya mengimplementasikan teknik komunikasi secara efektif saat negosiasi.

Setelah pemahaman teori dilakukan, maka peserta diajak untuk aktif secara lebih dalam dengan membahas studi kasus nyata (*case methods*). Pada sesi diskusi, peserta didorong untuk berpikir kritis dan menyampaikan perspektifnya mengenai bermacam situasi dalam praktik negosiasi yang biasanya dihadapi oleh agen. Adanya interaksi tersebut memicu agen untuk aktif berkomunikasi dua arah dan terlibat dalam proses pelatihan yang membantu mereka dalam meningkatkan kemampuan analisa dan menyelesaikan permasalahan (Widiyanto & Sulastri, 2015).



Gambar 1. Situasi Kegiatan



Gambar 2. Modul Pelatihan

Selanjutnya adalah tahap simulasi/*roleplay*, yaitu pendampingan langsung kepada peserta untuk mengimplementasikan komunikasi yang tepat dalam negosiasi. Adanya simulasi ini melatih peserta untuk menyusun pesan baik secara interpersonal maupun melibatkan media powerpoint, melakukan negosiasi dengan pendekatan komunikasi persuasif, dan merespons saat terjadi situasi konflik. Simulasi ini juga memungkinkan peserta berperan dalam skenario bisnis asuransi secara lebih kompleks yang melibatkan konflik, ketegangan dan bermain peran. Kegiatan ini memungkinkan peserta mampu menganalisis dan memahami situasi yang terjadi, tidak hanya dari sudut pandangnya sebagai agen namun juga memposisikan apabila dirinya adalah calon nasabah. Dengan metode ini, diharapkan agen mampu membaca peluang yang tepat saat merancang strategi komunikasi saat melakukan negosiasi.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan metode ceramah, diskusi dan simulasi yang dilakukan mampu memberikan pembelajaran secara holistik. Implementasi ceramah dapat memberikan basis teoritis yang kuat, diskusi

mampu mengasah kemampuan analitik dan simulasi dapat mengajarkan pengalaman praktis yang mudah diingat oleh peserta. Adanya metode yang diterapkan ini mampu membuat agen asuransi menguasai dasar konsep dan teori yang kuat serta mampu mengimplementasikannya dalam situasi nyata saat bernegosiasi dengan komunikasi yang lebih efektif.

### **Isi Materi Pelatihan**

#### **Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Efektivitas Negosiasi**

Komunikasi persuasi merupakan terjadinya kesempatan yang sama dalam saling mempengaruhi, mempertimbangkan kehadiran *audience* hingga memberi tahu tentang tujuan pesan yang disampaikan. (Maulana dan Gumelar, 2013) Melalui sisi rasional atau secara emosional persuasi dapat dilakukan karena umumnya menyasar segi afeksi yang mana bersinggungan dengan emosional individu. Seseorang dinilai dapat digugah melalui cara yang berkaitan dengan emosional, empati dan simpati.

Dalam segi komunikasi antarpribadi sendiri persuasif terjadi baik secara langsung atau tidak langsung yang mana komunikator menerapkan cara untuk merayu, membujuk hingga memengaruhi lawan bicaranya yang dalam tindakan ini dilangsungkan seperti melalui perbincangan tatap muka atau *face to face communication*. (Effendy, 2007).

Pada proses komunikasi seseorang sangat erat dengan sebuah persuasi lantaran pengirim pesan (persuader) berupaya untuk meningkatkan besaran pengaruh dari pesan yang diberikan terhadap penerima pesan (persuadee). Persuader melakukan upaya melalui cara verbal dan nonverbal dengan mengonversi perasaan, informasi, kombinasi, atau segala alasan menjadi dalam bentuk yang bisa diterima oleh persuadee (Maulana dan Gumelar, 2013).

Komunikasi persuasif diungkapkan Soemirat (2008) bahwa dipahami dengan dimulai dari persuader memahami pesan serta mengilustrasikan jalur internal pada tahap sumber hingga penerima secara sederhana, antara lain:

- a. Pemahaman pesan, pada bagian ini adalah segala alternatif pemikiran serta perasaan diseleksi oleh sumber sebelum disampaikan kepada penerima pesan.
- b. Penyandian pesan, bagian ini adalah proses pembentukan pesan secara linguistik lalu berjalan melewati ruang untuk pindah ke dalam fase stimulasi fisik.
- c. Pengkodean Pesan Kembali, bagian ini merupakan pemindahan kembali stimulus fisik oleh penerima pesan ke dalam bentuk semantik yang sudah disepakati.
- d. Evaluasi, bagian ini adalah proses penilaian kembali yang mana kecocokan didapati oleh sumber antara pesan yang diterimanya dengan sesuatu yang dirasakan serta dipikirkan.

### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Diharapkan adanya peningkatan implementasi komunikasi persuasif, mampu membantu pihak asuransi Prudential Surabaya menyampaikan pesan dengan cepat dan tepat bagi nasabahnya. Nasabah sangat membutuhkan percepatan dan pengambilan keputusan yang tepat dalam mengambil program/polis asuransi, melalui komunikasi yang disampaikan oleh pihak Prudential Surabaya, sebagai bentuk perwujudan kepercayaan nasabah terhadap produk jasa asuransi yang ditawarkan.

Kegiatan pengabdian yang memfokuskan pada komunikasi efektif dalam praktik negosiasi ini dihadiri oleh 25 orang peserta telah berlangsung lancar. Partisipasi dan dukungan agen maupun leader telah berhasil memberikan mereka pemahaman komprehensif mengenai pentingnya komunikasi efektif dalam bernegosiasi. Pendekatan ceramah, diskusi dan simulasi mampu menyumbang pemahaman agen asuransi baik teoritis maupun praktis sehingga melahirkan dinamika positif pada kegiatan ini.

## **SIMPULAN**

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuan dalam meningkatkan keterampilan negosiasi agen berbasis komunikasi efektif. Penekanan yang diberikan mengenai pengenalan dasar komunikasi dalam negosiasi, etika berkomunikasi, teknik menyusun pesan persuasif, dan pemanfaatan media teknologi untuk menunjang praktik negosiasi. Lebih lanjut, pengalaman praktis melalui simulasi dengan berbagai kasus yang beragam mampu mempertajam penalaran agen dalam menentukan strategi komunikasi persuasif yang tepat. Luaran kegiatan ini adalah modul/buku saku yang diberikan oleh tim pelaksana kepada agen dan pihak manajerial guna menunjang keberlangsungan bisnis mereka di masa mendatang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak Prudential Surabaya dan unit kerja Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Malang yang telah memberikan kesempatan kepada dosen pelaksana PkM sehingga pelatihan komunikasi efektif pada agen asuransi melalui keterampilan negosiasi dapat dilaksanakan dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amal, M. K. (2023). Pelatihan Komunikasi Bisnis Bagi Umkm. *JPM MOCCI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains dan Sosial Humaniora, Koperasi, dan Kewira- usahaan*, 1(1), 45-51.
- Effendy, U. Onong. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Maulana, Herdiyana., Gumung Gumelar (2013) *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Rakhmat, Jalaluddin (1988). *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Soemirat, dkk, 2008. *Komunikasi persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Widiyanto, S., & Sulastri, S. (2015). Peranan Kemampuan Komunikasi Bahasa Inggris Guna Peningkatan Daya Saing SDM Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean). *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)*, 2(2), 193-201.